

E-Commerce B2B entre empresas movimenta o dobro que B2C nos Estados Unidos

O e-Commerce B2B (venda entre empresas) está se tornando cada vez mais relevante nas estratégias de transformação digital que a indústria está passando. Em países como Estados Unidos, ele já movimenta mais que o dobro que a venda B2C (para o cliente final). O novo cliente é digitalizado e demanda que seus fornecedores e parceiros o atendam desta forma.

25/10/2016 17:48:51

Nos Estados Unidos, que já tem um histórico mais consolidado da participação do canal de venda digital na economia, temos um cenário que ainda não se refletiu no Brasil. O e-Commerce B2B (entre empresas) movimentou mais que o dobro do volume financeiro em 2015 que o e-Commerce B2C (entre empresa e cliente final). Estamos falando de U\$ 780 bi no B2B contra U\$ 350 bi no B2C.

Num cenário que a transformação digital da indústria está mais acentuada, as empresas americanas já aceitaram que a digitalização de seus canais de venda é fator chave de sobrevivência, não mais de pura inovação. As empresas que não entenderem como o novo cliente B2B quer comprar estarão com sérios problemas nos próximos anos.

Este número de U\$ 780 bi deve chegar em U\$ 1.1 tri em 2020 segundo as previsões Forrester Research. Isto vai representar 12,1% de todo o volume movimentado nas transações entre empresas nos Estados Unidos.

Em determinados setores, é comum encontrar empresas que o canal digital B2B represente de 30% a 50% de seu faturamento.

Uma destas empresas é a Grainger, com um faturamento de U\$ 4 bilhões apenas via e-Commerce B2B, representando 41% das vendas da empresa. E este canal teve um crescimento de 13,6% entre 2014 e 2015.

Outra que está apostando forte neste canal digital B2B é a própria Amazon, a gigante do e-Commerce B2C já movimenta mais de U\$ 1 bi por ano em sua operação B2B.

Por que este canal está crescendo e empresas como a Grainger estão apostando na digitalização das vendas B2B? Dos vários motivos, dois são os mais relevantes:

1 – Aspectos econômicos

A venda via canal digital através de um modelo de e-Commerce B2B é economicamente mais eficiente. O canal digital permite uma pulverização e aumento da base de clientes. Seja por atender clientes menores ou geograficamente distantes, ou clientes que a força comercial (vendedores diretos, representantes comerciais e canais de distribuição) não consegue atingir, a venda digital abre para a empresa novos mercados que antes eram limitados por estas questões físicas, de custos ou de equipe. Atender digitalmente mais clientes significa que a empresa terá crescimento de receitas sem aumento de headcount na equipe comercial, e consequentemente um melhor SG&A para atacar clientes no modelo de cauda longa, ou que não eram economicamente viáveis. Além de novos clientes, as empresas que já operam o B2B digital estão tendo tickets maiores e maior frequência de compra de seus atuais clientes, segundo o Gartner. De um lado o canal digital permite trazer mais clientes, e de outro fideliza e rentabiliza os da base.

2 – Demanda do cliente

O perfil dos clientes está mudando. As novas gerações estão assumindo as posições que influenciam na cadeia de compra e venda das empresas. E mesmo as gerações mais antigas estão mudando seus hábitos. O que vemos é que os clientes demandam cada vez mais que as empresas lhe forneçam soluções, informações e recursos para que eles façam melhor seu trabalho. Segundo uma pesquisa da Forrester, 74% dos clientes B2B, se tivessem a alternativa, acham mais conveniente comprar digitalmente. E em 53% das compras, a decisão do produto e/ou fornecedor já ocorreu antes do primeiro contato com o vendedor da empresa.

Todos estes dados apontam numa única direção, que já é realidade nos Estados Unidos. A digitalização do canal de venda B2B no Brasil. E com isso é fácil entender porque as empresas B2B estão se preocupando tanto com este canal. As que saíram na frente e montaram suas operações de B2B digital, já estão tendo resultados expressivos.

* Mauricio Di Bonifacio é sócio-diretor da Fast Channel (www.fastchannel.com), empresa especialista em implantar e gerir canais de venda digital B2B, principalmente em indústrias e distribuidores. Atualmente está focado em soluções DSaaS - Digital Sales as a Service (www.fastchannel.com/dsaas-digital-sales-as-a-service).